



CATALOGO CORSI

 **Talentform**

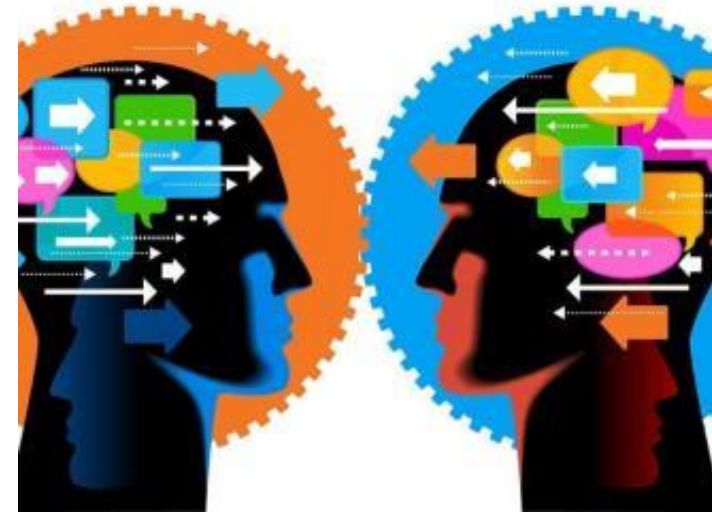
FONDIRIGENTI

Avviso n. 3/2016

Diffusione della cultura digitale

TRASFORMAZIONE DIGITALE

Le nuove tecnologie cambiano le modalità con cui le imprese operano nel proprio settore: la digital transformation è vista come la possibilità di ripensare completamente il business dell'azienda in chiave innovativa. Le figure di business però lamentano la scarsa capacità dell'IT nel supportarli in questa fase mentre i responsabili tecnologici non si credono il motore al centro dei processi di cambiamento.



Il cambiamento in corso ha oggi nel business un forte driver ma **la cultura informatica trova diverse difficoltà nel processo di propagazione digitale** attraverso ogni componente dell'organizzazione.



Fondirigenti, con l'**Avviso 3/2016**, ha stanziato 5.000.000,00 di euro per supportare, in sinergia con il Piano Nazionale *Industria 4.0* predisposto dal Governo, la **diffusione della cultura digitale attraverso Piani formativi finalizzati allo sviluppo di competenze specifiche per la trasformazione digitale.**

Aree di intervento formativo

1. Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate alla progettazione e realizzazione di un piano aziendale di trasformazione digitale

Competenze per progettare e/o avviare un percorso di trasformazione digitale andando a definire fabbisogni, obiettivi, risorse economiche, tecniche, competenze necessarie e azioni da intraprendere

2. Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a:

2.1 utilizzare dati e informazioni come risorse per il business

caratteristiche, tecnologie e gestione dei dati in azienda; Big Data e Big Data Analytics; Machine Learning

2.2 garantire la sicurezza e privacy dei dati e delle informazioni aziendali attraverso il digitale

gestione della sicurezza, Cybercrime, incidenti e reati informatici, Information Security; sistemi di gestione della privacy; pianificazione, raccolta dei dati e azioni di adeguamento, compliance e audit; regolamentazioni UE e certificazioni

2.3 gestire o avviare processi di commercializzazione on-line

definizione delle strategie di e-commerce; aspetti tecnologici e di promozione; vendita on line

2.4 gestire o migliorare la propria e-reputation o promuovere prodotti, servizi, progetti, eventi attraverso relazioni digitali

architetture digitali e social media; comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche nel Reputation Management; ingegneria reputazionale

2.5 innovare i processi produttivi in chiave digitale

supply chain management; additive manufacturing; Robotica; Internet of things

TALENTFORM SPA presenta alle imprese il proprio catalogo corsi

Il presente catalogo è stato costruito per **moduli** dove il singolo modulo rappresenta una *unità formativa autosufficiente* in grado di promuovere saperi molari e competenze che siano capaci di modificare significativamente la mappa cognitiva e la rete delle conoscenze precedentemente possedute.

Ognuno può
creare la sua
combinazione
vincente!



DURATA VARIABILE (da - a)

MODULI COMPONENTI

CONTENUTI PERSONALIZZABILI

ed è a disposizione per una progettazione ad hoc degli interventi formativi.

La lunga strada dell'Italia verso l'industria 4.0 passa per la formazione

AREA 1: Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate alla progettazione e realizzazione di un piano aziendale di trasformazione digitale

1. **INTRODUZIONE DELL'INNOVAZIONE IN AZIENDA: METODI E STRUMENTI**
2. **AFFRONTARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELL'AZIENDA**
3. **IL RUOLO DELL'HR NELL'ACCOMPAGNARE L'AZIENDA VERSO IL DIGITALE**
4. **ORGANIZZAZIONE INDUSTRY 4.0**
5. **LA GOVERNANCE E GLI ECONOMICS DELL'INFORMATION SECURITY**
6. **DEMATERIALIZZAZIONE E ARCHIVIAZIONE DEI DOCUMENTI**
7. **LA PRIVACY IN AZIENDA**
8. **LA FATTURAZIONE ELETTRONICA E L'ORGANIZZAZIONE AMMINISTRATIVA**
9. **LA CONSERVAZIONE DIGITALE A NORMA DEI DOCUMENTI INFORMATICI AZIENDALI**
10. **APPLICATIVI INFORMATICI PER LA GESTIONE DEL MAGAZZINO**

AREA 2.1 Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a utilizzare dati e informazioni come risorse per il business

1. **DEMATERIALIZAZIONE E ARCHIVIAZIONE DEI DOCUMENTI**
2. **LA FATTURAZIONE ELETTRONICA E L'ORGANIZZAZIONE AMMINISTRATIVA**
3. **LA CONSERVAZIONE DIGITALE A NORMA DEI DOCUMENTI INFORMATICI AZIENDALI**
4. **APPLICATIVI INFORMATICI PER LA GESTIONE DEL MAGAZZINO**
5. **BIG DATA ANALYTICS**
6. **BIG DATA ARCHITECTURE & TECHNOLOGY**
7. **PREDICTIVE ANALYTICS & MACHINE LEARNING**

AREA 2.2 Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a garantire la sicurezza e privacy dei dati e delle informazioni aziendali attraverso il digitale

1. **LA SICUREZZA DIGITALE DEL BUSINESS**
2. **LA PRIVACY IN AZIENDA**

AREA 2.3 Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a gestire o avviare processi di commercializzazione on-line

1. **E-COMMERCE E BUSINESS DIGITALE**
2. **SITO E-COMMERCE**
3. **WEB MARKETING**

AREA 2.4 Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a gestire o migliorare la propria e-reputation o promuovere prodotti, servizi, progetti, eventi attraverso relazioni digitali

1. **SOCIAL MEDIA MARKETING**
2. **CANALI DIGITALI E NUOVI PARADIGMI DI MARKETING**
3. **GESTIRE LA E-REPUTATION AZIENDALE**

AREA 2.5 Interventi per lo sviluppo di skill finalizzate a innovare i processi produttivi in chiave digitale

1. **SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**
2. **DIGITAL LEAN: SEMPLIFICARE I PROCESSI IN OTTICA LEAN PER LA DIGITAL TRANSFORMATION**

1. INTRODUZIONE DELL'INNOVAZIONE IN AZIENDA: METODI E STRUMENTI

DURATA: da 24 a 40 ore

OBIETTIVI: Il corso fornisce le competenze per individuare e gestire progetti di innovazione che permettano di cogliere le opportunità del mercato, di migliorare i processi produttivi aziendali, implementando sistemi e metodologie innovative.

CONTENUTI

Innovazione aziendale: vantaggi e rischi
I diversi tipi di innovazione
Innovazione e sviluppo del business
Valutazione dei rischi
Innovazione e impatti organizzativi/operativi

L'innovazione digitale del business

- La condivisione sociale del processo di generazione, fruizione e comunicazione delle informazioni in azienda ed all'esterno
- Le piattaforme e modalità di accesso alle informazioni (Mobile computing e il fenomeno Bring Your Own Device)
- I modelli di distribuzione e pubblicazione delle informazioni aziendali (Cloud Computing)
- I nuovi modelli di rappresentazione delle informazioni: accesso e analisi in tempo reale di grossi volumi di dati

2. AFFRONTARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELL'AZIENDA

1/2

DURATA: da 24 a 40 ore

OBIETTIVI: Il corso permette di acquisire le competenze chiave per affrontare il processo di trasformazione digitale, azionare le leve organizzative, manageriali e umane, ripensare il proprio modello di business in chiave digitale

CONTENUTI

Identificare il contesto, i principali attori interni e esterni della trasformazione digitale

Analizzare le tendenze di un'economia che cambia

Chiarire il ruolo delle tecnologie digitali

Migliorare la conoscenza dei clienti attraverso E-CRM e Big dati

La convergenza di funzioni di marketing, vendite, rapporti con i clienti

Le sfide per i CIO: sicurezza dei dati, BYOD, il posto di lavoro digitale

Individuare e sviluppare nuove competenze digitali

Integrare l'evoluzione e la nascita di nuove professioni

Identificare e sviluppare le competenze digitali dei dipendenti e dell'organizzazione

Individuare il ruolo della funzione HR nella trasformazione digitale della società

Promuovere l'uso dei social media, strumenti di collaborazione, social network aziendali.

2. AFFRONTARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELL'AZIENDA

1/2

CONTENUTI

Sviluppare e implementare una strategia digitale

Le strategie di trasformazione digitale

Coinvolgere i consumatori e clienti nel business: offerte di co-costruzione, di comunicazione co-branded, co-innovazione, social media, etc.

Mettere al centro la customer experience

Individuare il livello dell'organizzazione dell'azienda rispetto agli strumenti di trasformazione digitali

Ripensare il proprio modello di business nell'era digitale

Approcci Disruptive: mobile, lean startup, Growth hacking

Digitalizzare la gestione e l'organizzazione: la chiave del successo

Identificare i fattori chiave di successo in un progetto di trasformazione digitale

Snellire i processi di lavoro e accelerare il processo decisionale

Il nuovo ruolo di manager: passare dal management alla leadership

Stabilire un sistema di governance digitale

Digitalizzare la mentalità della società

3. IL RUOLO DELL'HR NELL'ACCOMPAGNARE L'AZIENDA VERSO IL DIGITALE

DURATA: da 24 a 40 ore

OBIETTIVI: Il corso permette di comprendere le linee generali della digitalizzazione aziendale e di acquisire le abilità di base per predisporre progetti strutturati di miglioramento organizzativo.

CONTENUTI

Identificare i problemi e l'impatto sul business digitale

Analizzare le tendenze macroeconomiche e identificare il loro impatto sul mondo del lavoro
 Il nuovo vocabolario digitale: big data, BYOD, cloud, distance learning
 Come l'evoluzione digitale sta trasformando il nostro modo di relazionarci e lavorare insieme

Individuare il ruolo della funzione HR nella trasformazione digitale della società

Identificare le competenze digitali per il domani
 Come accompagnare i manager nel rinnovamento del loro ruolo
 Promuovere l'uso dei social media come strumenti di collaborazione all'interno dell'azienda
 Diagnosticare la cultura dell'organizzazione e priorità ai progetti

Identificare gli impatti sui processi HR

Digital recruiting: sourcing, e-reputation, employer branding, e-ethics
 La comunicazione digitale e regolazione sociale (opportunità e rischi legali).
 La formazione nell'era digitale: multimodal training
 Capitalizzazione, trasferimento e diffusione di conoscenze e know-how Performance e Talent Management:
 le nuove potenzialità della digitalizzazione

4. ORGANIZZAZIONE INDUSTRY 4.0

1/2

DURATA: da 16 a 48 ore

OBIETTIVI: Il corso permette di comprendere i 6 elementi fondamentali riguardanti le Persone all'interno delle «Organizzazioni Industry 4.0 oriented».

CONTENUTI

Orientamento al servizio

Diffondere una cultura del servizio al cliente migliorando la customer experience

Orientamento al servizio: affidabilità, aspetti tangibili, capacità di risposta, capacità di rassicurare, empatia

Fattori che determinano l'efficacia del lavoro di squadra

Condividere l'obiettivo con tutto il team

Dirigere attraverso l'assertività

Ragionare fuori dagli schemi per trovare le soluzioni più adeguate

Affrontare la Modularità

Affrontare la complessità dei problemi rendendo semplice la loro soluzione attraverso la scomposizione del problema

Comunicare e condividere le decisioni

Pensare in maniera non convenzionale e trovare soluzioni creative

La Capacità dinamica: reattività proattiva basata su best practies

Efficacia professionale: la relazione tra ruolo professionale e comportamenti agiti

Distress ed eustress: pianificare la gestione emotiva delle sfide personali

Le variabili tecniche e relazionali che guidano l'ottenimento della massima performance

Resistenza passiva VS proattività

4. ORGANIZZAZIONE INDUSTRY 4.0

CONTENUTI

La Comunicazione interfunzionale

Fondamenti della comunicazione interna: sfide, obiettivi, attori e network

Comunicazione interna come leva gestionale al servizio della strategia aziendale

Comunicazione interna e change management: comunicare il cambiamento

Migliorare il flusso di informazioni top down/bottom up e viceversa

Favorire la comunicazione orizzontale

Aumentare la motivazione e il coinvolgimento del personale

La Virtualizzazione: la capacità della gestione delle relazioni a distanza

La comunicazione assertiva e la sua applicazione nel contesto lavorativo: concetti di responsabilità, rispetto e reciprocità

Identificazione delle proprie caratteristiche comportamentali: punti di forza e aree di miglioramento relazionali

Valorizzazione delle aree di applicazione delle proprie qualità nelle situazioni lavorative quotidiane

La Decentralizzazione: gestire efficacemente la delega lavorando sulla responsabilizzazione diffusa delle persone

Elementi fondamentali per costruire un buon team

Condividere gli obiettivi e rafforzare lo spirito di squadra

Far crescere i collaboratori e portarli alla coesione del gruppo

Dinamiche interpersonali all'interno del team

Matrice del confronto individuo/gruppo

5. LA GOVERNANCE E GLI ECONOMICS DELL'INFORMATION SECURITY

DURATA: da 16 a 40 ore

OBIETTIVI: Il corso si propone di fornire gli elementi fondamentali alla base di una corretta gestione integrata dell'information security in un'impresa. In particolare verranno analizzati i risvolti organizzativi e gli aspetti più rilevanti del ciclo di gestione dell'information security: dall'identificazione delle priorità d'intervento alla messa a punto del piano strategico di interventi, all'analisi economico-finanziaria degli investimenti, la gestione dell'implementazione dei progetti di info security (PM), la misurazione delle performance delle iniziative implementate attraverso un opportuno set di KPI, e l'individuazione delle misure correttive nell'ottica del miglioramento continuo dell'information security management system.

CONTENUTI

L'organizzazione delle attività di Information Security

La messa a punto di un piano strategico di information security (programmi, budget, piano investimenti)

La valutazione economico-finanziaria dei progetti di investimento in information security

La gestione dei progetti di info security (project management)

La gestione dei rischi di progetto nel contesto della sicurezza informatica

La misurazione delle prestazioni dell'information security management system: KPI e continuous improvement

Area 1

Area 2.1

6. DEMATERIALIZAZIONE E ARCHIVIAZIONE DEI DOCUMENTI

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Obiettivo del corso è far acquisire le competenze per implementare e gestire un sistema di gestione e conservazione sostitutiva dei documenti cartacei negli uffici aziendali, ai fini di una organizzazione più efficace

CONTENUTI

Documenti analogici e informatici

La firma digitale

Posta Elettronica Certificata (PEC) e relativo valore giuridico

Individuazione dei documenti smaterializzabili, regole e modalità di smaterializzazione;

Conservazione sostitutiva di documenti informatici rilevanti e conservazione digitale delle scritture contabili e dei documenti analogici rilevanti

Processo di conservazione sostitutiva (tempi e riproduzione) e smantellamento dell'archivio cartaceo

Strumenti da adottare: software e hardware

Rispetto dei tempi richiesti dall'Amministrazione Finanziaria

Individuazione dell'Agenzia Fiscale competente e comunicazioni

Periodo di conservazione secondo la normativa civile e fiscale

Area 1

Area 2.2

7. LA PRIVACY IN AZIENDA

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Dal 2018 entrerà in vigore il nuovo Regolamento Europeo Privacy che unificherà l'applicazione della normativa sulla protezione dei dati in tutti i paesi europei: le imprese dovranno adottare un vero e proprio modello organizzativo per la tutela dei dati con l'introduzione del principio di responsabilità e trasparenza (accountability). Obiettivo del corso è trasmettere le competenze per permettere all'azienda di organizzarsi in funzione della nuova normativa.

CONTENUTI

Quadro normativo (Codice della Privacy - Regolamento Europeo)

Le figure che intervengono nel trattamento dei dati (Titolare, Responsabile, Amministratore di sistema, Incaricato)

Gli adempimenti fondamentali (Notificazioni, Informativa, Consenso)

Rapporti con gli interessati

Rapporti con il Garante e accertamenti

Analisi dettagliata delle misure minime di sicurezza

Responsabilità civili e penali e Regime sanzionatorio

Job act e controlli tecnologici sul lavoro (email, internet, pc ecc.)

Il marketing senza strumenti automatizzati e con strumenti automatizzati (email, sms, fax)

L'attività di Profilazione degli interessati

8. LA FATTURAZIONE ELETTRONICA E L'ORGANIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

DURATA: da 8 a 40 ore

OBIETTIVI: Dal 1 gennaio 2017 sarà possibile sfruttare la piattaforma messa a disposizione dall'Agenzia delle Entrate per trasmettere e ricevere le fatture.

La fatturazione elettronica è un'opportunità per semplificare le procedure amministrative interne e avere un puntuale controllo dello stato degli incassi e pagamenti. Durante il corso verranno approfonditi tutti gli aspetti legati all'emissione del documento fattura, la trasmissione al Sistema di Interscambio e la gestione delle ricevute e notifiche.

CONTENUTI

Definizione di documento informatico

Definizione e requisiti di una fattura elettronica (ex art.21 DPR 633/72)

Il Sistema di Interscambio

Il D.Lgs 127/2015 – Fatturazione elettronica e corrispettivi telematici

I vantaggi fiscali ed operativi

Come affrontare il cambiamento delle procedure amministrativo/gestionali interne

Area 1

Area 2.1

9. LA CONSERVAZIONE DIGITALE A NORMA DEI DOCUMENTI INFORMATICI AZIENDALI

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Obiettivo del corso è quello di illustrare le modalità con le quali è possibile da subito passare a una conservazione a norma dei documenti digitali aziendali quali DDT, fatture, libri e registri contabili; in particolare verranno analizzate le fasi operative, le deleghe da attribuire ed i compiti da svolgere, con esempi pratici, chiarendo gli errori più comuni da evitare. Saranno approfonditi i compiti che le nuove regole tecniche sulla conservazione attribuiscono al Responsabile della conservazione ed ai suoi delegati. In particolare verranno trattate le specifiche tematiche legali e fiscali relative al processo di conservazione e quelle che disciplinano la formazione del documento.

CONTENUTI

Cosa significa Conservazione a norma: analisi normativa di riferimento;
Il Responsabile della Conservazione;
Come redigere il Manuale della Conservazione;
Procedure operative interne;
Come e quali documenti/libri e registri possono essere digitalizzati;
Benefici di una corretta conservazione a norma

10. APPLICATIVI INFORMATICI PER LA GESTIONE DEL MAGAZZINO

DURATA: da 16 a 40 ore

OBIETTIVI Obiettivo del corso è migliorare l'organizzazione e la gestione dei materiali e del proprio magazzino, attraverso sistemi informatici, contenendo i costi e implementando il livello di soddisfazione dei clienti interni ed esterni.

CONTENUTI

- Principali caratteristiche dei magazzini
- Sistemi di stoccaggio e di movimentazione
- Layout e allocazione dei materiali
- Sistemi informatici e di identificazione automatica
- Gestione delle scorte
- Picking e allestimento degli ordini
- Outsourcing delle attività di magazzino
- Controllare i costi e le performance del magazzino
- Gestire le relazioni con le altre attività aziendali e il sistema distributivo
- Gestire il personale di magazzino
- Esempi di organizzazione e gestione del magazzino

5. BIG DATA ANALYTICS

DURATA: da 16 a 100 ore

OBIETTIVI: Il corso permette di comprendere metodi, architetture, best practices e la struttura organizzativa necessaria a sviluppare e utilizzare al meglio le soluzioni applicative di Big Data e Advanced Analytics

CONTENUTI

Big Data Analytics
Strumenti tecnologici
Business Intelligence
Data Warehouse
Business Analytics
Data Mining
Semantic Intelligence
Location Intelligence
Machine Learning

APPROFONDIMENTI

- ANALYTICS-ENABLED BUSINESS TRASFORMATION
- BIG DATA ANALYTICS & BUSINESS INTELLIGENCE
- TECHNOLOGY-ENABLED BUSINESS MODELS
- PROBABILISTIC MODELS FOR CONSUMER ANALYTICS
- PREDICTIVE ANALYTICS & MACHINE LEARNING
- BIG DATA ARCHITECTURE & TECHNOLOGY

6. BIG DATA ARCHITECTURE & TECHNOLOGY

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Il corso fornisce gli strumenti per la gestione di processi informativi, organizzativi e decisionali nelle imprese attraverso l'uso di software e sistemi gestionali di nuova generazione

CONTENUTI

Scenari e necessità per i Big Data
Richiami di Tecnologia delle Basi di Dati
Integrazione dei dati
L'uso di tecniche semantiche
Nuove infrastrutture per la gestione di Big Data: cloud technologies
Database NoSQL
Qualità dei dati
Sicurezza e privacy

7. PREDICTIVE ANALYTICS & MACHINE LEARNING

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Il corso fornisce una visione chiara e completa dell'impatto e dell'utilizzo Big Data nel nuovo sistema Industry 4.0

CONTENUTI

Motivazioni e scenari di riferimento

Predictive analytics e machine learning

I principali task di analisi: EDA, classificazione, regressione, clustering, time series, associative rules
NLP e text mining

Acquisizione dei dati and training degli algoritmi

Processing e hardware

Business Models - High Performance Computing - e scaling up

Le principali applicazioni: marketing, loyalty, cross-selling, fraud detection, anomaly detection, adtech, social analytics, reputation analysis, healthcare

1. LA SICUREZZA DIGITALE DEL BUSINESS

DURATA: da 16 a 40 ore

OBIETTIVI: Il corso ha lo scopo di fornire un quadro generale sui processi relativi alla cyber security nella tutela del patrimonio aziendale.

CONTENUTI

Lo scenario internazionale: cybercrime, spionaggio industriale, contrasti fra paesi e gruppi sociali
Lo scenario europeo e italiano: ENISA threat landscape e rapporto Clusit

Protezione del patrimonio aziendale e ruolo dei sistemi informativi

- Gli aspetti critici dei sistemi informativi nei processi aziendali
- La sicurezza dei sistemi informativi e delle informazioni: riservatezza, integrità, disponibilità
- La sicurezza come gestione dei rischi (strategici, operativi e personali)
- Framework di gestione dei rischi di sicurezza IT e integrazione nell'Enterprise Risk Management

La gestione della sicurezza e il Chief Information Security Officer (CISO)

- La sicurezza IT e i processi aziendali: integrazione e sinergie
- La sicurezza come fattore abilitante nell'innovazione (internazionalizzazione, marketplace e sistemi di pagamento)
- Il ruolo del CISO e la sua integrazione nell'organigramma aziendale

1. E-COMMERCE E BUSINESS DIGITALE

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: a conclusione del corso, i partecipanti sapranno avvalersi di tecniche di vendita tramite Web che permetta di rendere l'azienda più competitiva e in linea con le attuali tendenze di acquisto da parte di clienti o aziende stesse

CONTENUTI

Definizione di e-commerce

Business e Internet

Tipologia di siti Internet e Top Site

Orientamento all'acquisto e successiva fidelizzazione del cliente

Il progetto e-commerce: obiettivi, analisi di settore, concorrenza, valutazione prodotti / servizi, comunicazione e promozione

Progettazione di un sito

Gestione ordini e gestione clienti

Web design: fruibilità del sito e accorgimenti grafici

Aspetti legali e fiscali

Strategie di ottimizzazione

Google Adwords

Spam e optin

Motori di ricerca

Pubblicità e banner

2. SITO E-COMMERCE

DURATA: da 24 a 80 ore

OBIETTIVI: Il corso mira a fornire delle competenze tecniche per avviare e gestire, in maniera ottimale, un progetto di e-commerce. Si analizzeranno le diverse componenti di un progetto di e-commerce, dalla pianificazione strategica, alla messa on line del sito, al controllo dei risultati fino ad arrivare alla realizzazione di un sito e-commerce per migliorare la competitività aziendale e l'acquisizione delle tecniche di marketing digitale.

CONTENUTI

Principi di e-commerce

Declinazioni dell'utilizzo Web, con particolare riguardo al business: E Government, E Procurement, E Commerce

Strumenti di e-commerce

Tecniche di navigazione e ricerca Evoluta

Gli open source accessibili a non specialisti, come selezionarli e utilizzarli

E-commerce: il sito

Definire le caratteristiche del sito secondo il tipo di business e di clientela

Creare un semplice sito usando le risorse della rete per capirne la dinamica

3. WEB MARKETING

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: L'obiettivo del corso è saper progettare, realizzare e gestire un piano di web marketing di successo integrando le azioni di marketing online con le strategie di marketing aziendale

CONTENUTI

I fondamenti del web marketing

Il web marketing e il business aziendale

Canali tradizionali e nuovi media

Come cambiano i consumatori online: nuove forme di relazione e multicanalità

L'accesso al web in mobilità. Tendenze e nuove opportunità del Mobile Marketing

Creare un web marketing plan di successo

Processo di pianificazione

Gli elementi indispensabili

Definizione degli obiettivi di web marketing

Strumenti di web marketing

Principali strumenti a disposizione

Peculiarità e caratteristiche di ciascuno strumento

Strumenti emergenti per il web marketing

La progettazione di un sito per il web marketing

Definire gli obiettivi di business, il target di mercato e il posizionamento online

Definire i requisiti tecnico/funzionali

Selezionare il partner tecnologico

1. SOCIAL MEDIA MARKETING

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Obiettivo del corso è trasmettere le conoscenze per comprendere le logiche e le modalità per sviluppare un'efficace presenza sui social media

CONTENUTI

I nuovi utilizzi del Web

Utenti – clienti – attori

I principali social network e caratteristiche nell'utilizzo per le imprese

Il piano di Social Media Marketing e l'integrazione con il piano di digital marketing

Come social media e contenuti entrano nell'inbound marketing

Condivisione e crowdsourcing

Usi e comportamenti delle diverse generazioni

Osservare, partecipare o creare un blog

Perché aprire un blog, content strategy, creare un piano editoriale

Come costruire un post, principali tipologie

Creare e utilizzare contenuti visivi e dinamici

Gestire la reputazione online: le leve future del web 2.0

Il marketing sociale

Il social commerce

Il sorpasso dell'accesso da mobile

Smartphone, tablet PC

Marketing di prossimità e iBeacon

La realtà aumentata e il digital signage

2. CANALI DIGITALI E NUOVI PARADIGMI DI MARKETING

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: il corso fornisce una visione chiara e completa dell’impatto dei canali digitali sull’attività di marketing e di relazione con il mercato delle aziende, permette di comprendere criticamente gli impatti della logica “2.0” sulle attività di marketing, interpretare e gestire fenomeni di social networking, ridefinire le principali scelte di marketing e comunicazione alla luce dei nuovi scenari tecnologici, sociali e di consumo

CONTENUTI

- Le tecnologie e gli ambienti digitali
- I canali digitali: gli scenari in atto in Italia (new Media, TV digitali, Mobile, e-commerce)
- Le logiche e le tecnologie 2.0 e gli atteggiamenti del consumatore
- Il social networking
- La co-creazione di esperienze
- Un modello di marketing per la co-creazione di valore
- Le esperienze di marca multicanale
- La definizione di una strategia di marketing multicanale La gestione delle comunità di clienti
- Un approccio operativo alla costruzione di esperienze di marca multicanale
- Le metriche per la gestione dei modelli di marketing per la co-creazione

3. GESTIRE LA E-REPUTATION AZIENDALE

1/2

DURATA: da 8 a 24 ore

OBIETTIVI: Obiettivo del corso è trasmettere le conoscenze per gestire la propria *online reputation* ovvero influenzare, controllare, governare la propria reputazione online, attraverso strumenti di raccolta informazioni, analisi dei dati, generazione di contenuti.

CONTENUTI

Introduzione

Definire e gestire la online reputation
Obiettivi della gestione della propria online reputation

Sorvegliare e Proteggere la propria online reputation

Google, i principi di referenzialità e posizionamento
Non solo Social Network: blog, forum, Q&A, ...
Gli strumenti di monitoraggio e di alert disponibili
Le logiche e le applicazioni speciali

Prevenire e gestire una crisi digitale

Identificare e decodificare l'immagine dell'azienda su internet
Stabilire una diagnostica d'immagine, misurare la propria online reputation
I rischi relativi al buzz e al marketing virale: anticipare più che subire

3. GESTIRE LA E-REPUTATION AZIENDALE

CONTENUTI

Sviluppare nuovi sistemi di controllo

Definire gli indicatori

Obiettivi connessi e indicatori

Definire un cruscotto di attività per il controllo efficace del processo

Migliorare la propria online reputation

Reagire e rettificare le incoerenze o gli errori

Negoziare amichevolmente il ritiro di informazioni scomode

Chiedere la soppressione delle pagine o dei commenti

I ricorsi giuridici agli users

Ripulire una sbagliata online reputation dalle tecniche di SEO

Superare una campagna di buzz e di marketing online

Scegliere di migliorare l'azione adattandola al proprio contesto e agli obiettivi

Scegliere le tecniche appropriate alla propria impresa, ai prodotti e agli obiettivi

Piano di campagna alternativa e multicanale

Tappe e piano di un'operazione di marketing online

Dall'idea alla messa in pratica: budget, vincoli, implementazione

1. SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

DURATA: da 40 a 100 ore

OBIETTIVI: il corso mira a sviluppare una visione strategica della supply chain e trasmettere competenze e strumenti aggiornati immediatamente applicabili in azienda.

CONTENUTI

Supply Chain Management: cos'è e come funziona una catena integrata di fornitura; criticità e aree di intervento

I sistemi avanzati di manufacturing planning & control

La strategia nel Supply Chain Management e il modello SCOR

Supply Chain Game

Global Supply Chain Management

Gestione dei fornitori

Marketing degli acquisti

Supply Chain Inventory Management

Overview del processo RTX-to-contract e gestione del rapporto con i fornitori

Cost Management e Six Sigma Strategic Sourcing

Progettazione della struttura fisica dei Supply network

Logistica sostenibile

International Sourcing

Strategic Sourcing

Contrattualistica internazionale

Gestione dei trasporti

2. DIGITAL LEAN: SEMPLIFICARE I PROCESSI IN OTTICA LEAN PER LA DIGITAL TRANSFORMATION

DURATA: da 16 a 120 ore

OBIETTIVI: il corso è finalizzato ad aumentare l'efficienza delle principali funzioni aziendali semplificando e digitalizzando i loro processi

CONTENUTI

Capire il Digital: Utilizzo di nuove tecnologie: quali vantaggi, come applicarle e quando farlo

Riscoprire il Lean: comprendere i principi base della metodologia Lean per riconoscere gli sprechi ed eliminarli

- **Applicare il DigitaLean in ufficio Amministrazione:** vedere l'intero flusso dei processi amministrativi in ottica di miglioramento ed efficientamento
- **Applicare il DigitaLean in ufficio Tecnico:** affrontare le problematiche tipiche del lavoro in ufficio tecnico, come sia possibile velocizzare lo sviluppo di nuovi prodotti, aumentando la collaborazione e trasformando un problema in un'opportunità, utile al Business.
- **Applicare il DigitaLean in ufficio Commerciale:** fornire i metodi e gli strumenti per ridurre le perdite di tempo nelle attività commerciali, recuperare efficienza e riuscire a svolgere un maggior numero di mansioni, e meglio, in minor tempo.
- **Applicare il DigitaLean nei Sistemi Informativi:** capire quanto i Sistemi Informativi siano strategici nell'adozione del Digital in azienda e come il Lean si debba applicare in ogni processo, prima di informatizzarlo.
- **Applicare il DigitaLean in ufficio Acquisti:** comprendere quali logiche di acquisto permettono di rendere più veloci i processi a valle e come passare da una logica di "Cliente-Fornitore" ad un condizione "Win-Win", che vede il fornitore vicino ai propri processi.

Chiamaci per ricevere una consulenza gratuita sulla tua Azienda:

- ✓ **ANALIZZARE** i fabbisogni formativi
- ✓ **PROGETTARE** il percorso formativo su misura per la sua Azienda
- ✓ **EROGARE** gli interventi formativi personalizzati
- ✓ **PRESENTARE** i Piani Formativi curando tutti gli aspetti burocratici legati alla presentazione telematica dei piani, alla compilazione e trasmissione di tutta la documentazione cartacea richiesta
- ✓ **MONITORARE** i percorsi formativi durante tutta la durata dell'erogazione
- ✓ **RENDICONTARE** le spese sostenute





TALENTFORM S.p.A.

Sede legale: Via Angelo Bargoni, 8 - Roma 00153

Tel. +39.06.45474931 – Fax. +39. 06.45474930

fondi@talentform.it

Sedi operative:

Roma: Via Angelo Bargoni, 8 – SC. B - 00153

Taranto: Via delle Isole Cheradi, 5 - 74121

Pescara: Via Chiarini, 191 – 65126

Napoli: Via Guantai Nuovi, 11 – 80133

www.talentform.it

